

Таким образом, за последние 15 лет формирования политики в сфере информатизации государственного управления в России был пройден большой путь. В результате пришло понимание того, что ценны не внедренные технологии и разработанные системы как автономные, а то, какую пользу они приносят гражданам, бизнесу, всему обществу.

Библиографический список

1. Банних Г.А. Использование социальных сетей в государственном и муниципальном управлении: необходимость или игра? // Коммуникативно-управленческие стратегии в развитии социальных систем: тенденции, ресурсы, технологии: сб. материалов Международной научно-практической конференции. Екатеринбург: ИГУП, 2012. Ч.2. С.13-19. (Bannih G.A. Ispolzovanie sotsialnih setey v gosudarstvennom i munitsipalnom upravlenii: neobhodimost ili igra? // Kommunikativno-upravlencheskie strategii v razvitii sotsialnih system :tendentsii, resursy, tehnologii : sb.materialov mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. Yekaterinburg : IGUP, 2012. Ch.2. S.13-19)
2. Черешкин Д.С., Смолян Г.Л.. Нелегкая судьба российской информатизации // Информационное общество. 2008. №1-2. С.15-19. (Chereshkin D.S., Smolyan G.L. Nelegkaya sudba rosiyskoy informatizatsii // Infromatsionnoe obshestvo. 2008. №1-2. S.15-19)
3. Концепция федеральной целевой программы «Развитие информатизации в России на период до 2010 года»: Распоряжение Правительства РФ от 3.09.2005 N 1340-р [Электронный ресурс] // URL: <http://www.iis.ru/library/isp2010/isp2010.ru.html> (Kontseptsiya federalnoy tselevoy programmy «Razvitie informatizatsii v Rossii na period do 2010 goda»: Rasporyazhenie Pravitelstva RF ot 3.09.2005 N 1340-r // URL: <http://www.iis.ru/library/isp2010/isp2010.ru.html>)
4. Федеральная целевая программа «Электронная Россия 2002-2010 годы»: Постановление Правительства РФ от 28.01.2002 N 65 [Электронный ресурс] // URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_101540/ (Federalnaya tselevaya programma «Elektronnaya Rossiya 2002-2010 gody» Postanovlenie Pravitelstva RF ot 28.01.2002 N 65 // URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_101540/)

УДК 658.818.3

Благодаров Константин Сергеевич,
студент, Blagodarov4774@mail.ru,

Тюменский государственный нефтегазовый университет, г. Тюмень

К ВОПРОСУ О СЕРВИСНОМ ОБСЛУЖИВАНИИ

Аннотация: понимание сервиса клиентами связано в основном с доброжелательностью обслуживания. Плохое обслуживание заставляет организацию делать шаг назад, отталкивая реальных и потенциальных клиентов. Хорошее обслуживание позволяет сохранить свою позицию на рынке.

Ключевые слова: сервис, сервисное обслуживание, клиент.

Blagodarov Konstantin Segeevich

ON THE ISSUE OF SERVICE

Abstract: in our times usually customers are understand the service as a friendly handling. Poor service- it's a one step back and a lose the potential and real customers. With the good service position at the market does not change.

Keywords: service, services, customer.

В современном мире, насытившимся самыми разнообразными товарами и услугами, стало куда сложнее не только найти клиента, но и установить с ним долгосрочные отношения. Установление их напрямую зависит от качества сервиса фирмы, оказавшей услуги клиенту. Но многие все же не придают

большого значения сервису, как маркетинговой стратегии, не замечая тот факт, что во многих сферах деятельности сервис стал единственным конкурентным преимуществом. Зачастую, именно по этому преимуществу клиент совершает свой выбор в пользу такой компании, удовлетворившей не только его потребность в товаре (услуге), но и оказавшей наилучшее обслуживание.

Множество отзывов о плохом сервисе вызвано равнодушным отношением персонала, которое лишает клиента всякого удовольствия при покупке. Если в компании начинают понимать, что клиенты уделяют внимание качеству обслуживания не меньше, чем финансовым расчетам, это означает, что компания на верном пути к созданию хорошего конкурентного преимущества и лидерства на рынке.

Многие управляющие не понимают ценности постоянных клиентов, которые приходят к вам годами. Такие управляющие искренне верят в правильность стратегии, основанной на максимизации прибыли путем избегания лишних затрат. Это затраты на качественный сервис.

Плохое обслуживание заставляет организацию делать шаг назад, отталкивая реальных и потенциальных клиентов. Хорошее обслуживание позволяет сохранить свою позицию на рынке, но не более. И только превосходное обслуживание позволяет ей продвигаться вперед, приобретая клиентов, стремясь по направлению к большей прибыли.

Сервис потребителями понимается совершенно по-разному. Для одних это высочайшая культура обслуживания. Для других это четко алгоритмированная конструкция диалога по работе с возражениями, проблемами клиента, связанными с приобретенной продукцией, оказываемой услугой. Проведенное нами исследование показало, что 68% респондентов (136 человек) считают доброжелательность контактного лица компании хорошим сервисом. 32% (64 человека) респондентов отметили, что достойный сервис – это профессиональное оказание услуги, ремонта. Но не один из таких подходов не удовлетворит желания клиента максимально полно, а так же не придаст клиенту доверие к компании и намерение совершить новую покупку (98% участников опроса).

В компаниях, где одной из корпоративных ценностей является максимально возможное удовлетворение желаний клиентов, а так же заботливость, вежливость, честность, искреннее желание помочь, сотрудники должны видеть возможность оказания качественного сервиса во всем. Каждый такой сотрудник должен постоянно думать о комфорте своих клиентов и пытаться улучшить им жизнь, в рамках разумного. Иногда пренебрегая своими обязанностями.

Такая политика обслуживания установлена в мировой сети отелей “Ritz-Carlton”. Его руководство не только не наказывает служащего, покинувшего свое рабочее место, чтобы помочь клиенту, но и поощряет его. Именно за такие “подвиги” эта сеть получало множество мировых наград за первоклассное качество обслуживания клиентов, а также заслужила признание своих клиентов, как место, где клиент будет всегда удовлетворен.

Такое обслуживание клиентов актуального не только для гостиничного бизнеса, но и для всех отраслей, предполагающих взаимодействие с клиентами.

Библиографический список

1. Ritz-Carlton: золотой стандарт гостиничного бизнеса нового тысячелетия / Джозеф Мичелли ; пер. с англ. В. С. Иващенко. - М. : Эскимо, 2009 - 320 с.
2. Он, М. Это же клиент, идиот!: Довольный клиент сделает вас богаче / Майкл Он; пер. С англ. Г. Ястребова - М.:ООО "Юнайтед Пресс", 2011. - 254с.
3. Райхельд, Ф., Марки Р. Искренняя лояльность. Ключ к завоеванию клиентов на всю жизнь / Фред Райхельд, Роб Марки ; пер. с англ. С Филина, И. Бормовой [науч. ред. И. Чичмели]. - М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. - 352 с.

УДК 061.23:364

Боронина Людмила Николаевна,
кандидат философских наук, доцент,
УрФУ имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург;
Лайковская Елена Эдуардовна,
кандидат медицинских наук, первый зам.министра социальной политики
Свердловской области, г. Екатеринбург
Сенук Зинаида Викторовна,
кандидат философских наук, доцент,
УрФУ имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург

МОДЕЛИРОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ ОЦЕНКИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ: ПОДХОДЫ И МЕТОДЫ⁷

Аннотация: в статье анализируется опыт оценки социальных проектов, представляемых на конкурс для получения государственной субсидии социально ориентированными НКО. Рассматриваются теоретико-методологические подходы и современные технологии моделирования, используемых в разработке комплексной модели и методики оценки социальных проектов.

Ключевые слова: социально ориентированные НКО, социальный проект, моделирование, проектирование, структурное моделирование, функциональное моделирование, объектно-ориентированное моделирование, субъектно-ориентированное моделирование, параметрическое моделирование, комплексная модель оценки социальных проектов.

Boronina Ludmila Nikolaevna,
Laikovskaja Elena Eduardovna,
Senuk Zinaida Viktorovna

MODELING TECHNOLOGIES ASSESSMENT OF SOCIAL PROJECTS: APPROACHES AND METHODS

Annotation: the article examines the experience of the evaluation of social projects that are submitted to the contest for state subsidies socially oriented NKO. Theoretical and methodological approaches and modern simulation technology used to develop complex models and methodologies for assessing social projects.

⁷ Статья подготовлена в рамках исследовательского проекта «Разработка методики оценки эффективности социальных проектов и инициатив», осуществленного в 2013 г. федеральным государственным автономным образовательным учреждением высшего профессионального образования «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина» и общественной молодежной организацией «Свердловская областная организация Российского союза молодежи» на средства субсидии, выделенной общественной молодежной организации «Свердловская областная организация Российского союза молодежи» из Свердловского областного бюджета (Договор № Н 803.210.001/13)